

第四届全国健康管理示范基地研讨会在重庆召开

9月6日,以“集成创新适宜技术,你就是力量”为主题的第四届全国健康管理示范基地建设研讨会在重庆融汇丽笙酒店隆重召开。

本届研讨会由中国健康促进基金会主办,中国健康促进基金会健康管理研究所和第三军医大学附属西南医院承办,中华医学会健康管理学分会等机构提供学术支持,600余位来自全国一线的医疗与健康管理专家学者齐聚一堂,共同研讨“健康管理”这一重要课题。

在中国健康促进基金会的支持研讨会上,来自西南医院健康管理中心、解放军202医院、解放军总医院健康管理研究院、北京医院体检中心、北京军区总医院、全球代谢修复应用研究中心、美国密歇根大学健康管理研究中心、美国运动医学会、台湾营养医学推广协会等代表对各自的健康管理经验及最新研究成果进行了介绍和分享。

在上届研讨会上荣获“有社会责任感企



业”殊荣的顾民生物董事长、全球代谢修复应用研究中心主任顾星阳作为会议特邀专家进行了发言。他向参会代表介绍了全球代谢修复的研究成果和向全球推广代谢修复技术的愿望。其阐述的全球代谢修复科学、“二八定论”、“代谢修复,来自身体自己的力量”等健康理论,引发与会专家学者的热议和讨论。

顾星阳在会上介绍说,经过一年的努力和探索,顾民生物的全球代谢修复得到了蓬勃的发展,取得了令人欣喜的成果。代谢修复

全球推广的总部,全球首家由诺贝尔奖得主命名的高端国际健康连锁机构,阿夫拉姆代谢修复国际健康中心即将在中国杭州正式对外开放,这一切,离不开在座专家的支持。

2013年,国务院颁发《关于促进健康服务业发展的若干意见》,意见中提出,到2020年,中国健康服务业总投资将达8万亿元以上,基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系,打造一个知名品牌和良性循环的健康服务产业集群。健康管



理作为近年来应运而生的新生事物,正是健康产业快速发展的产物。以预防为主,通过体检、评估、风险干预和健康促进等措施,全面主动地预防疾病和科学管理病后恢复,这些都越来越受到重视。短短数年内,涌现了全球代谢修复等各种健康管理新技术人才。全国健康管理示范基地建设研讨会的举办,正是为国内外各大一线医疗机构和健康管理机构提供了一个前沿学术交流分享平台。

(姜红淑 张先元 重庆报道)



重能川九公司荣获“全国市政金杯示范工程”奖

近日,从中国市政工程协会《关于表彰2013年度“全国市政金杯示范工程”的决定》获悉,重庆能源巨能集团川九建设公司承建的重庆“酉阳钟渤快速通道工程”,喜获2013年度“全国市政金杯示范工程”。

据悉,重庆酉阳“钟渤快速通道工程”全长16.642公里,工程造价近23亿元,是酉阳县实现“一体两翼”、“一城四组团”的重点项目,也是实现渝湘高速公路和渝怀铁路319国道快速转换的重点民生工程。

“钟渤快速通道工程”经全国市政金杯示范工程评选委员会多项验收审查程序,被评价为应用“四新”科技技术,内在质量可靠、外观质量良好、使用功能满足要求,实现安全无事故工程;其经济、社会、环境效益显著,技术领先、管理先进、质量优良,达到国内一流水平,荣获“全国市政金杯示范工程奖”。

图为川九建设公司工程部长怀抱获奖金杯和证书。

杨海云 谭兴元 摄影报道

王志荣:共同努力发展高原特色畜牧业

■ 本报记者 何沙洲
特约记者 石海燕

8月底,在甘肃安多集团旗下的夏河安多畜牧产业园建成投产之际,国家质检总局,甘南州检查组、西藏自治区商务厅以及山东省食文化研究会、上海捷康食品公司等相继前往安多畜牧产业园调研参观、指导工作。来宾们对安多集团立足于当地畜牧特色资源优势,积极融资建设“畜牧产业园”,打造甘、青、川地区最大高原特色畜产品精深加工基地的战略规划给予了肯定。对此,甘肃安多投资集团董事长兼总经理王志荣表示,当下中国经济转型升级,企业发展有着不少有利条件,他希望安多公司在政府和社会各界的关心和支持下,共同努力发展高原特色畜牧业,做大做强安多牧场,推动藏区农牧民增收。

安多地区包括甘肃、青海和四川的广大藏区,地处青藏高原、内蒙古高原、黄土高原交汇地带。生活在平均海拔3000米以上雪域高原安多牧场的安多牦牛和甘加藏羊,在高原独特的天然草原上自由放牧,食饮纯天然牧草及大量的野生药种,如虫草、贝母、藏

红花等天然药材,是原生态、无污染、无公害纯天然绿色食品。安多集团是以水泥、水电、畜牧为主业的集团化企业。近年来,该公司为了实现企业转型跨越发展,在充分调研论证的基础上,瞄准“安多牧场”丰富的畜牧业资源优势,把做大做强畜牧产业作为公司未来发展的优势产业。建设中的“安多畜牧产业园”,计划“十二五”期间总投资6亿元,建设集“生态畜牧产业链、观光休闲、旅游接待、技术培训”为一体,重点建设万吨级牦牛、藏羊肉精深加工基地、牛羊血液副产品深加工基地、饲草料加工基地、暖棚养殖基地、旅游工艺品加工基地、活畜交易市场、畜产品展销与科技中心、旅游接待中心等9个重点项目,目标是建设成为甘、青、川地区最大的高原特色畜产品精深加工基地。

来宾们到来,王志荣都尽量陪同来宾们参观已经建成投产的畜牧产业园食品公司屠宰车间、排酸库、加工车间、冷库筹,向来宾介绍安多畜牧产业园规划、目前建设及生产情况;邀请来宾参观和品尝安多精深加工的牦牛、藏羊肉系列产品。如今,安多公司已将“安多牧场”的牦牛和甘加藏羊系列产品推向了兰州、西安、北京、郑州、深圳等城市



来宾在王志荣陪同下参观畜牧产业园食品公司加工车间

的高档酒店的餐桌,得到了广大消费者的认可,并吸引了不少国内外的客商前往安多公司参观、考察和合作。

在甘南州商务局局长张明民陪同下前往安多畜牧产业园调研的西藏自治区

商务厅副厅长帕巴群增一行,与王志荣进行了深入的交谈后,双方都认为,整合草原经济做出特色,提升民族产品的科技附加值,千方百计增加农民收入,是推动藏区经济持续发展的必然要求。

微信卖车 东风雪铁龙“试水”移动营销

■ 余跃

随着互联网产品的火爆,国内车企的互联网营销模式也在悄然兴起。

据中国经营报报道,东风雪铁龙正在推出“微信订车”的活动——消费者只要关注东风雪铁龙官方微信,并通过朋友圈邀请朋友赞助“一枚金币”(一元钱),集满50枚“金币”即可在购买新世嘉时换得一张价值千元的加油卡。

实际上,自今年4月份的北京国际车展期间就陆续有厂家“试水”互联网营销,近两年来火爆的“微信”也成为车企营销的新阵地。此次,东风雪铁龙依托新世嘉车型开启微信营销活动,更成为国内主流合资车企加码互联网营销的一个注脚。接下来,微信卖车会成为车企的营销新模式吗?

互联网思维

“六度空间理论指出,通过六个人就能认识这世上任何一个陌生人,这个数学领域猜想,成为社交网络思想雏形之一。”东风雪

铁龙一位营销人士认为,而微信朋友圈几乎不存在陌生人,同学、同事、朋友等彼此关系对等化。

据其介绍,东风雪铁龙选择微信朋友圈开展这项活动,正是因为朋友圈中的好友关系属于强关系,尤其相对微博明显存在的弱关系。

实际上,这并不是东风雪铁龙第一次与互联网营销“亲密接触”。今年7月18日,东风雪铁龙携手余额宝增值购,全国首台通过“余额宝创新购”形式售出的车型在东风雪铁龙杭州4S店达成,这意味着一种全新网络购车模式正式开启,从而彻底打破传统汽车销售局限,并帮助广大准车友圆梦增值购车计划。

在东风雪铁龙营销团队看来,随着国内包括微信、微博在内的互联网产品的日渐火爆,传统的车商不能仅仅依靠4S店单一销售渠道。据了解,在上述“余额宝创新购”中,东风雪铁龙天猫官方旗舰店扮演着极为重要的角色,在消费者和经销商之间架起一座沟通桥梁,东风雪铁龙互联网思维显而易见。

据中汽协公布的统计数据表示,今年1~

7月份,东风雪铁龙整车销售18.35万辆,同比增长18%,高于整体市场12%的增长水平。不过,对于东风雪铁龙而言,今年是其“龙腾C计划”的攻坚之年。无论是产品体系优化,抑或营销体系拓展,其最终目的都是要实现其在市场上向主流阵营靠拢。

此次,东风雪铁龙反应很快,依托新世嘉将“微所欲为”营销主阵地定在微信朋友圈,则是更进一步的“移动互联思维”。

在加强产品力提升以及营销手段多样化的情况下,东风雪铁龙已将2014年销量目标调高至33万辆。

连锁反应

事实上,今年以来汽车流通领域变革之声不绝于耳。8月,政府出台新政,宣布自2014年10月1日起,停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作。“经营范围去掉品牌限制,意味着一家经销店可以同时销售多个汽车品牌,这对于经销商也是一大利好。”一位东风雪铁龙4S店总经理表示。

更重要的是,这也意味着汽车销售模式

有望实现实质性变革。随着移动互联的高速发展,在传统的汽车销售渠道之外,网上售车悄然兴起。随着微信支付的开通,如何通过微信庞大的用户群和强大的通讯功能进行汽车销售以及售后服务,在市场上抢占先机,成为摆在各大汽车厂商面前的一大课题。

2014年伊始,上汽荣威与腾讯合作开启“1分钱捐赠腾讯公益乐享荣威350购车大礼包活动”——用户在腾讯活动页面抢购预留信息,到荣威经销商处购买荣威350即可获得购车补贴。今年3月份,刚上市的长安PSA的DS5LS车型,也依托微信朋友圈举行“一元尊享DS购车基金”的活动,计划购买DS车型的客户通过发送相关链接给微信好友、朋友圈、微信群等方式来减免购车款;今年4月份的北京国际车展上,奔驰smart在其官方微信平台上销售特别版车型;浙江某奥迪经销商也通过微信公众平台成功售出一辆百万级别的奥迪A8L。

4S店营销模式的效果单一,也迫使车企开始想出更多的“花招”。最新发布6月份“汽车经销商库存调查结果”数据显示,今年6月,汽车经销商库存预警指数达到

[紧接 P1]▶▶▶

国企改革的一面旗帜

——特变电工重组衡阳变压器厂纪实

变压器产能达到2.5亿kVA。通过技术传承和创新,特变电工先后荣获五次国家科学技术进步一等奖和国家级高新技术企业和全国技术创新示范企业,在海内外形成了涵盖工程勘测、咨询、施工、安装、调试、运营维护一体化的集成服务能力。

市场整合实现跨越。重组并购能有效提高品牌知名度和产品的附加值。近几年,衡变公司在国家电网和南方电网市场占有率遥遥领先,尤其在是特高压、现场组装变等领域占据主导地位。随着国内电网市场的饱和,衡变公司又将市场的触角伸向了海外,一大批超高压、特高压产品不仅在国内市场有很高的声誉,产品出口已由中、小型产品向超、特大型产品及现场组装变的转变,由代理出口向自主直接出口转变,由单机制造到成套工程总承包、从制造业向制造服务业的转变,开创了

了中国高端产品批量走向世界的先河。特变电工通过重组原衡阳变压器厂,有效解决了产品的运输和服务半径及海外销售的出海口等问题。实现了产品技术和品牌传播向亚洲、非洲、欧洲、美洲、大洋洲60余个国家的输出,实现了由单机向系统集成总承包、制造业向制造服务业、由“装备中国”向“装备世界”的新跨越。

文化融合,企业文化得到员工认同。重组后的衡变公司实行了一系列内部体制的重大改革,这对已有近50年国企历史的衡变人来说,受到了前所未有的冲击,不愿接受改革带来的阵痛和裂变,对改革产生强烈的抵触情绪。而特变电工作为股份制改造率先发展起来的民营企业,通过二十多年的发展和积淀,形成了“一三三四五”文化体系,即:“一个理念(创新求变)、二装目标(装备中国、装备世界)、三心宗旨(客户称心、员工安心、股东放心)、四特精神(特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献、特别能学习)、五则世界观(诚则立、变则通、康则荣、简则明、和则兴)”为核心的企业文化。当初,特变电工也试图全面将文化移植过来,因地域差异,西域文化与湖湘文化差异甚大,移植初期就表现出“水土不服”,出现了“员工风波”,使得特变电工和原衡阳变压器厂的融合之路并不轻松。通过推行三项制度改革:公开招聘竞争上岗、绩效与计件薪金制、签订目标责任书,“大锅饭”被打破,“平者让,优者上”、“能者多得,劳者多拿”的现代企业管理理念犹如一阵春风,立竿见影的业绩报表让员工看到了希望,坚定了信心,也认同了文化。

通过“员工风波”顺势化解,也让衡变公司管理者开始认识到文化的输入必须与客观实际相结合,具体问题具体分析,不能搞全盘照抄,也不能一味灌输,加盟特变电工这个新组建的大家庭,衡变公司在学习特变电工文化的同时,也培育出具有湖湘文化特征的企业文化,将雁城衡阳人的“领头雁”、“敢为人先”、“吃得苦、霸得蛮”、“承古纳新、开放包容”文化与特变电工文化有机地融合起来,成功采取了“有容乃大”、“取长补短”、“博采众长”、“百花齐放”、“共同发展”等方针,重组后的衡变公司把西域文化、湖湘文化等不同地域的文化有机相融合,形成了共同的文化理念,共同的价值理念,用这条无形纽带把人心凝聚在一起,不断赋予公司肌体新的活力,使“四特”文化建设得到了“融合、发展、提升”。



58.9%,不仅超过了50%警戒线水平,且开始接近60%的高预警指数。

“微信这种低成本的宣传方式,已日益受到传统车企的重视。而纵观各个车企的微信卖车活动,多是通过微信加大购车优惠,让消费者为微信购车产生更多的兴趣。”汽车行业知名评论员张志勇表示。不过在短期看来,微信营销依旧仅充当车企营销模式的辅助,未来能否成为车企在4S店销售网络之外的第二个营销新阵地,则依旧要看微信售车模式能否“模式化”。

遗失启事
成都市龙泉驿区同安街办希望路二段幸福旅馆个体工商户营业执照(注册号:5101123023142,经营者:朱宝林)正副本遗失,声明作废。

遗失启事
田杰娇身份证(号码:510105199407303766)遗失,声明作废。